

推动无障碍旅游,国际游客数不断攀升

# 外国游客爱上美丽三亚

热点



■ 本报记者 黄媛艳

今年前5个月,海南入境游市场止跌回升成效明显,全省接待过夜入境旅游者28.21万人次。作为国际旅游岛建设专业化的旅游城市,三亚紧盯国际化、精品化,共接待全省近6成的国际游客畅游天涯,有效提升海南旅游国际化程度。

### 迎难而上,创新不断

迎难而上,挑起担当。“三亚旅游市场推广工作群”内凌晨往往还是一片火热讨论工作的场景;明察暗访假日涉旅单位,全员无休确保旅游市场诚信有序;社交媒体三亚之星、旅游官网全球改版上线、游客中心VR全景体验三亚游、“单兵作战”系统“一站式”治旅等创新举措频出,成为三亚旅游新常态……接待入境过夜游客16.38万人次,同比增长15.13%;三亚市旅游外汇收

入8308.14万美元,同比增长16.24%。看到今年前5个月的旅游数据,“三亚旅游市场推广工作群”里的群友们并不感到意外。

“公司开通6条从三亚出发的国际航线,以曼谷航线为例,上座率达到83%,三亚旅游产品在东南亚市场颇受欢迎。”据这家航空服务公司透露,针对游客消费偏好,三亚涉旅机构紧密合作,产品端增加新业态供给,将酒店、温泉、美食、航空、高尔夫等旅游要素打包为套餐推出,飞行达人游、学生游、度假游、观光游等主题旅游产品深挖细分市场。

### 海外促销,掀海南风

6月中旬,马来西亚槟城刮起一阵海南旋风,正在此举办的三亚旅游推介会吸引当地众多旅行社关注。“海南行销售火热,8、9月的产品已售罄,现在我们主推11月以后档期的产品,届时正好是马来西亚的出游旺季,相信有望迎来新一轮的销售热潮。”马来西亚东泰旅游有限公司负责人陈秀静透露,今

三亚吸引众多国内外游客前来度假休闲。 本报记者 武威 特约记者 孙清 摄

年7月,槟城将组织68人的大型考察团前往三亚,全方位了解鹿城度假特色,让更多的马来西亚人认识海南、喜欢海南。

“航线开到哪,营销做到哪。去年以来三亚加密国际航线,14条国际及地区航线方便游客进入,境外新媒体整合营销提升三亚国际知名度。”三亚旅游委主任樊木透露,三亚结合航线,针对目标客源国(地区)消费者研发“一对一”产品,精准投放,加快俄罗斯、韩国、日本等传统客源市场复苏,提升港台客源市场,加大对马来西亚、泰国、新加坡、美国、德国、英国等潜力市场开发,夯实“4小时、8小时、12小时”航程旅游圈,实现三亚境外市场的持续回暖。

### 细化营销 做好旅游+

“三亚入境游市场具有国际竞争力。”长期研究海南旅游市场的学者张振祥表示,三亚旅游资源禀赋好,国际性大型旅游项目纷纷落户,政企高度重视旅游业态升级,“旅游+”丰富供给端

产品,旅游套餐合理定价形成比较价格优势,航线开通、语言环境和旅游服务不断完善等推动无障碍旅游,“双修”“双城”改善城市环境,激发国际游客三亚度假的热情。

一个充满多元气氛的旅游城市,才能建设成国际化的精品城市。“三亚乃至海南需进一步细化营销,旅游营销要紧密对接航空资源,旅游市场服务要推动结构性调整,不断提高三亚旅游的性价比,争取成为引进外来务工开放地区先行先试,不断提高三亚城市国际化水平。”三亚市政协副主席郑刚说。

“三亚出台三年行动计划加快国际化进程,不断提升国际化通达水平和语言的可进入性,延伸医疗产业链条,营造国际化城市氛围,建设国际旅游名城。”三亚市长吴岩峻说。根据行动计划,到2018年,三亚接待海(境)外游客有望突破100万人次,建成华南地区最大的国际旅游中心城市。届时,三亚旅游将力争打造成为拥有文化底蕴的旅游品牌,三亚之旅全球范围内实时预订,外语公共服务网络让“困途”变“欢途”。

旅讯

## 圣彼得堡或将设立中文指示牌

据参考消息网报道:俄罗斯圣彼得堡市旅游业发展委员会主席安德烈·穆什卡廖夫向俄新社表示,该市正在研究设立中文指示牌的问题。

据俄罗斯卫星网6月29日报道,穆什卡廖夫说:“我们认为主要任务是要让城市对游客最大程度友好,令游客感到舒适。其中一个方向可以是为不同国家的游客建造舒适的导航。我们需要从交通枢纽和交通基础设施着手,然后转到游客使用的城市基础设施。”

他说,该议题与前来圣彼得堡的中国游客数量正明显上升有关。普尔科沃机场已经有中文信息牌,Marine Facade设施则有中文指示牌。

## 阿根廷或将对中国游客免签

据中新网报道:据阿根廷华人网编译阿根廷媒体的报道,阿根廷国家旅游局长Gustavo Santos宣布,在未来几周内将开始返还增值税(IVA)给在阿根廷旅游的外国游客。La Nacion报说“旅游局计划到2019年,增加50%的外国游客,这将使每年旅游人数从570万提高到900万。为此,特别要使美国和中国的游客增加。对于中国游客,如果他们持美国、加拿大、欧盟、巴西或智利的签证,则可以免签进入阿根廷。”

他还提到了入境游的增长,“我们在中国和欧洲市场有增长,奥巴马的访问,也增加了美国游客的人数。我们希望所有的中国人都可以免签进入阿根廷。对旅游业来说,我们现在有巨大的机会。”

## 世界旅游名镇联盟发布《长白山宣言》

据《中国旅游报》报道:以“促进旅游名镇发展,共享生态文明传承”为主题的T20世界旅游名镇联盟长白山峰会日前在长白山池北区举行。来自14个国家的20个旅游名镇成立了“T20世界旅游名镇联盟”,发布了《长白山宣言》,将联手破解旅游城镇发展面临的产业提升、环境保护及文化复兴等问题,在全球范围内塑造新的旅游城镇发展体系。

根据《长白山宣言》,联盟为非营利性国际组织,旨在成为具备较强影响力和较高辨识度的国际名片,进一步拓展各联盟成员在世界范围内的知名度和影响力;为小镇政府、专家学者及企业领袖提供一个高层对话平台,为联盟成员创造更好的发展环境与更多的发展机遇;打造具有世界影响力的旅游小镇发展智囊团,为全球小镇的健康、持续发展建言。

据了解,联盟将举办不定期峰会和论坛,就旅游小镇投资建设、经济发展、模式趋势、文化保护、环境提升等方面热点问题展开深入讨论。通过开展联盟互惠活动、举办联盟主题旅游年等,共同拓展市场,直接引导客流。最终,将在世界范围内打造一个新的知名品牌,塑造新的小镇发展体系。

## 迪士尼周边民房变“民宿” 浦东将拟民宿标准

据东方网报道:上海迪士尼乐园开幕后,6、7月园区内酒店几乎天天爆满一房难求。周边酒店价格普遍上涨近一倍,一些房东借着迪士尼的东风,将民房包装成为“民宿”揽客。为应对迪士尼乐园开园带来的大客流,同时提供更完善的旅游住宿体验,《浦东新区关于促进特色民宿业发展的意见(试行)》近期将正式出台实施。这也是全市首个民宿标准。

据介绍,浦东特色民宿将突出三大亮点:一是围绕上海国际旅游度假区迪士尼乐园周边发展,二是基于浦东古镇老街民宅改造,三是在桃园海滨附近拓展。

浦东新区相关负责人表示,通过对迪士尼周边特色古镇选址,国内外专家做出规划和布局,并进行论证后,将在两个月之内制定出第一批迪士尼特色民宿的认证清单。特色民宿重点突出的是文化品位,如古镇和乡村的特色,江南特点和现代化的特征。

据悉,迪士尼民宿不是单单交给农户自己做,而是要找有经验有品牌的试点单位合作。目前不开放农户自然人作为迪士尼民宿的法人。特色民宿原则上将以改建为主。(杨辑)

观点

■ 魏小安

中国旅游发展正在进入新的阶段,政府重视形成热点,企业跟进形成热流,市场呼应形成热潮。下一步,主要任务有四个方面:需求侧精准、供给侧改革、产品端发力、渠道端变化。市场已经变化,促使旅游行为普遍化、旅游生活常态化、旅游市场全球化、旅游通行便利化、旅游消费个性化、旅游选择精准化。对应这种变化,投资商大举进入,2015年,全国旅游投资总额超过一万亿元。但与旅游发达国家比较,一个问题越来越突出,就是如何从粗放低效到精细高效,这也是旅游供给侧改革的关键。

从旅游发展的宏观格局看,需要控制传统供给,优化整体结构,提高发展水平。在工业化发展中期,群体追求自然是经济总量,在旅游领域的表现就是求规模。处在这样的历史时期,需要提出工业化后期甚至是后工业化时期的战略目标,是发展导向的

提升之举。从中观格局看,需要提高企业效益。从微观格局看,需要工匠精神,做精做细,这是培育竞争力的长远之举。

倡导旅游工匠精神,首先是产品开发应注重四个方面,一是差异形成吸引力。差异性越大,吸引力越强,但绝不是规模越大吸引力越强。二是精细创造竞争力。无锡灵山第五期工程做禅意小镇,董事长提出来要种青苔,禅意小镇没有青苔就没有禅意,工人说,我们种种草种种花都行,就是不会种青苔,他和工人一块试验五次,把青苔种出来。三是组合开拓发展力,就是要靠各类产品的组合,不断开拓发展力。四是生活对应市场力,最终创造一种新的生活方式,超越日常生活,才有吸引力,才能够抓住市场。

倡导旅游工匠精神,要培育文化。传统文化现代解读,传统资源现代产品,传统产品现代市场。现在是拆了老的建新的,建了新的想老的,

想了老的仿老的。这代人要给后人留什么?就留建筑垃圾吗?今天的精品,明天的文物,后天的遗产,要有这样的文化精神,建设未来的文化遗产。如何做?一是五看:想看、可看、好看、耐看、回头看。二是五可:可进入、可停留、可欣赏、可享受、可回味。三是五个度:差异度、文化度、舒适度、方便度、幸福度。四是五个力:视觉震撼力、历史穿透力、文化吸引力、生活沁润力、快乐激荡力。自然不宜改变,感受应当深化;历史不可重演,体验应当升华。淡化景区,淡化开发,是新要求。强化景区自然强化景观,把视觉作为第一要求甚至是唯一要求。而在新市场需求之下,要求是全方位的,是综合感受,是眼耳鼻舌身心神的全面体验。一流的观光资源已经全面开发,再强调景区则会不断加大开发力度,多花钱,办不好事。因此,应当以历史文化体验区、休闲游憩区、生态旅游区、旅游度假区、专项旅游区、特色娱乐

区等定位。

倡导旅游工匠精神,要在全域旅游之下推进。一方面是农村,应当用景观的概念看待农村;用综合的理念经营农业,通过旅游提高土地利用率,提升农产品的附加值;用人才的观点发动农民,使农民也成为文化传承者、工艺美术师。另一方面是城市,要用抓旅游的理念抓城市,突出人本化和差异性;用抓饭店的理念抓景区,突出精品化和细致化;用抓生活的理念抓休闲,突出舒适性和体验性。

倡导旅游工匠精神,关键是服务先导。作为中国服务业的引领者,中国旅游业已经做出了巨大贡献。服务在于细节,细节决定成败。现在,对于服务和质量的重视程度不足,只重视处理投诉,还是头痛医头脚痛医脚。

倡导旅游工匠精神,根本在于人才,人才需要梯队,梯队需要环境。要在全社会弘扬尊重服务的氛围,在全行业形成尊重人才的环境。工匠精神,一是守业,做好本职工作;二是敬

业,需要兢兢业业;三是职业。目前,酒店业的职业经理人已经形成,其他领域尚不足;四是精业,要在实践中形成一大批大师级的人物,精于职业,精于事业。

今年的政府工作报告第一次提出了工匠精神,应当紧密呼应。首先是舆论导向,可以开展旅游工匠精神的讨论。其次是行业导向,奖励一批行业大师,从管理大师、运营大师到规划大师、设计大师,一直到技能大师、服务大师。三是形成机制,尤其是旅游院校的导向,不能上不着天下不着地。

只有奠定旅游发展的微观基础,缓解粗放低效的状态,创造精细高效的格局,才能使中国旅游形成强大的国际竞争力,谋求可持续发展。

(作者为中国著名旅游专家,中国社会科学院研究员、国际品牌联盟中国专家委员会委员、中国旅游研究院学术委员会主任)



## 旅游发展更需工匠精神